

NEO2

I'M INTO CREATIVITY
Julio-Agosto 2010 / 3€ / Spain /

Austria: 6,50€
Belgium: 5,50€
España: 3€
France: 5€
Germany: 7,50€
Italy: 4,13€
Uk: 4,80£



00095

9 771138 562005



CUEST EDITOR VIKTOR & ROLF

Por primera vez en la corta historia de esta sección el editor invitado no es uno, sino dos: Viktor Horsting & Rolf Snocren, o sea Viktor & Rolf, famoso dúo de diseñadores de moda. Una pareja que juega a ser hermanos gemelos, y que como tales comparten, o al menos retroalimentan, una misma visión que reflexiona con humor sobre la moda a la vez que la crea. Con 41 años cada uno, y casi 20 años firmando como Viktor & Rolf, han logrado crear una nueva marca cuyo principal mérito es estar a la altura de las míticas casas de costura del siglo 20: desfilan en París, sus shows siempre son de los que mantienen o despiertan el amor por la moda; presentan colección de mujer y hombre; producen bolsos, zapatos y complementos; tienen 3 fragancias en el mercado; muestran su trabajo en importantes museos internacionales; han recibido todo tipo de premios... Y hoy nos hacen el honor de protagonizar estas páginas compartiendo sus pasiones. Pasar el rato en su jardín, como vemos en esta foto, es una de ellas.

POR: RAMÓN FANO, JAVIER ABIO, RUBÉN MANRIQUE, TERE VAQUERIZO Y PEDRO PAN.



Foto: Philip Riches

EDITOR 086



GUEST EDITOR
087

TEXTO: MONGÓMERI FOTOS: PHILIP RICHES d House Of Orange Photographers

VIKTOR AND ROLF

No es la primera vez que les entrevistamos, la anterior fue cuando entraron a formar parte del grupo de Renzo Rosso, OTB, al que también pertenecen Diesel y Maison Martin Margiela. Esa vez ya nos sorprendió su entusiasmo a la hora de colaborar con la prensa, similar al que aplican a todo lo que emprenden. En esta ocasión no solo hablamos con ellos de su trabajo, sino también de sus pasiones y gustos. Así descubrimos curiosidades como que su tienda favorita es Colette, que hacen pesas y yoga, que tienen dos perros (el de Rolf es un Dachshund, perro salchicha, de nombre Zwaantje; y el de Viktor, un misterioso cruce, tiene 12 años y se llama Vicky), que Twittean, que son coleccionistas de arte y que suelen colaborar profesionalmente con los creadores que admirán, o al revés, que admirán a los artistas con los que trabajan. De hecho, ellos mismos nos recomiendan al fotógrafo con el que quieren hacer estas fotos para Neo2.



Viktor & Rolf: The Black Dress Capsule Collection Otoño Invierno 2010

INICIOS: "La base de todo siempre ha sido y es nuestra amistad. Simplemente nos gusta pasar tiempo juntos. Nos conocimos en la escuela, en la especialidad de moda de la academia de las artes en Arnhem. No había mucho contacto entre la escuela y el mundo real, era como una especie de burbuja. Nosotros estuvimos en la misma clase desde 1988 hasta 1992. Compartímos el mismo gusto y la misma ambición internacional, así que teníamos un interés mutuo el uno por el otro. Comenzamos a trabajar juntos nada más terminar la escuela ya que queríamos participar en un concurso, el Festival de Hyères, ganarlo supuso mucho para nosotros. Nos abrió puertas, pero sobre todo nos dio la confianza para continuar y perseguir nuestras ambiciones. Ahora, cada vez más, somos menos competitivos. Hyères fue la gran excusa para trabajar juntos, algo que habíamos querido intentar desde hacía mucho tiempo. Pero por esa época, al inicio, tampoco nos veíamos a nosotros mismos como una marca. Aparte de crear colecciones, empezamos a hacer exposiciones dentro del mundo del arte y trabajábamos con medios muy diferentes: fotografía, instalaciones, películas.... Pero en todo eso siempre hablábamos de moda. Los peores momentos fueron

sin duda los comienzos. No teníamos nada, ni público, ni dinero, ni bases de nada. Solo teníamos el deseo de crear y la ambición de mostrar esas creaciones al más alto nivel posible. Los mejores momentos son aquellos en los que tienes la sensación de conectar, que la gente pilla lo que haces. El hecho de que nuestro perfume Flowerbomb esté ahora mismo entre los 15 más vendidos de Norte América es un ejemplo. Estamos extremadamente orgullosos de eso". **AMIGOS:** "La verdad es que no seguimos en contacto con nuestros compañeros de estudios. No es que sea posible la amistad entre diseñadores, nosotros lo somos y a la vez cada uno es el mejor amigo del otro. Nuestro círculo de amigos no es que sea muy grande, pero entre nuestras amistades hay actores, banqueros, artistas, arquitectos, diseñadores, escritores, profesores... así que podemos afirmar que no nos afecta a lo que se dedican nuestros amigos, lo que nos importa es su personalidad". **ESTUDIANTES:** "A los que estudian moda y quieran vivir de eso les recomendáramos que aprendieran alguna técnica o habilidad, que piensen por ellos mismos, y que adquieran tanta experiencia como sea posible en todas las áreas de la industria"



EDITOR 088

Colonia Hombre Antidote Viktor & Rolf

DESFILES: "Nosotros consideramos nuestros desfiles como momentos importantes en los cuales podemos comunicar al público nuestras ideas y emociones. Es un momento dramático que si está bien hecho no puede ser criticado. De todo esto, lo que llega a la tienda es un detalle curioso, la elección de un tejido, la belleza de una idea en el caso de que el comprador sea consciente del concepto del desfile. Pero hay una gran brecha que separa a la moda en la tienda del drama del show. Esto no es siempre fácil de asumir, por ello amamos la creación de perfumes. En ellos no existe la frontera entre el sueño y el producto. Como consumidor, cualquiera puede tocar el sueño. El diseño de las colecciones masculinas lo realizamos a una escala más pequeña que el de las femeninas. Las presentaciones masculinas se centran más en los detalles, por eso en un desfile de hombre lo que queremos es que la gente pueda inspeccionar la ropa de cerca. Llevamos diseñando moda masculina 5 años, y hemos empezado a desfilar este año. Las presentaciones son mucho más pequeñas e íntimas que las de mujer. Las colecciones masculinas están diseñadas desde nuestro punto de vista, diseñamos lo que queremos usar". **CRITICAS:** "Dejamos de leerlas hace mucho tiempo. Pero así todo las guardamos con la idea de, cuando seamos viejos y grises, entretenernos en el asilo de ancianos, fumando y bebiendo mientras las leemos sentados".



Viktor & Rolf: Colección Hombre Otoño Invierno 2010-11. Fotos: Estrop / Francesc Tent



GUEST EDITOR

"WE STOPPED READING REVIEWS A LONG TIME AGO. BUT WE STILL KEEP EVERYTHING, TO KEEP US AMUSED WHEN WE'RE OLD AND GREY AND SITTING IN THE ELDERLY'S HOME TOGETHER, SMOKING AND DRINKING". [V&R]



Viktor & Rolf eligen estas 3 muñecas representativas de sus colecciones preferidas: Doll "Magdalena" - No Collection; Foto: Peter Stigter



(2) Doll "Harlequin" - Atomic Bomb Collection; Foto: Peter Stigter

**"WE LOVE COUTURE,
BECAUSE BEAUTY CAN
BE ENJOYED WITHOUT
NECESSARILY HAVING TO
BUY IT". V&R]**



(3) Doll "Erin" - Flowers Collection. Foto: Peter Stigter

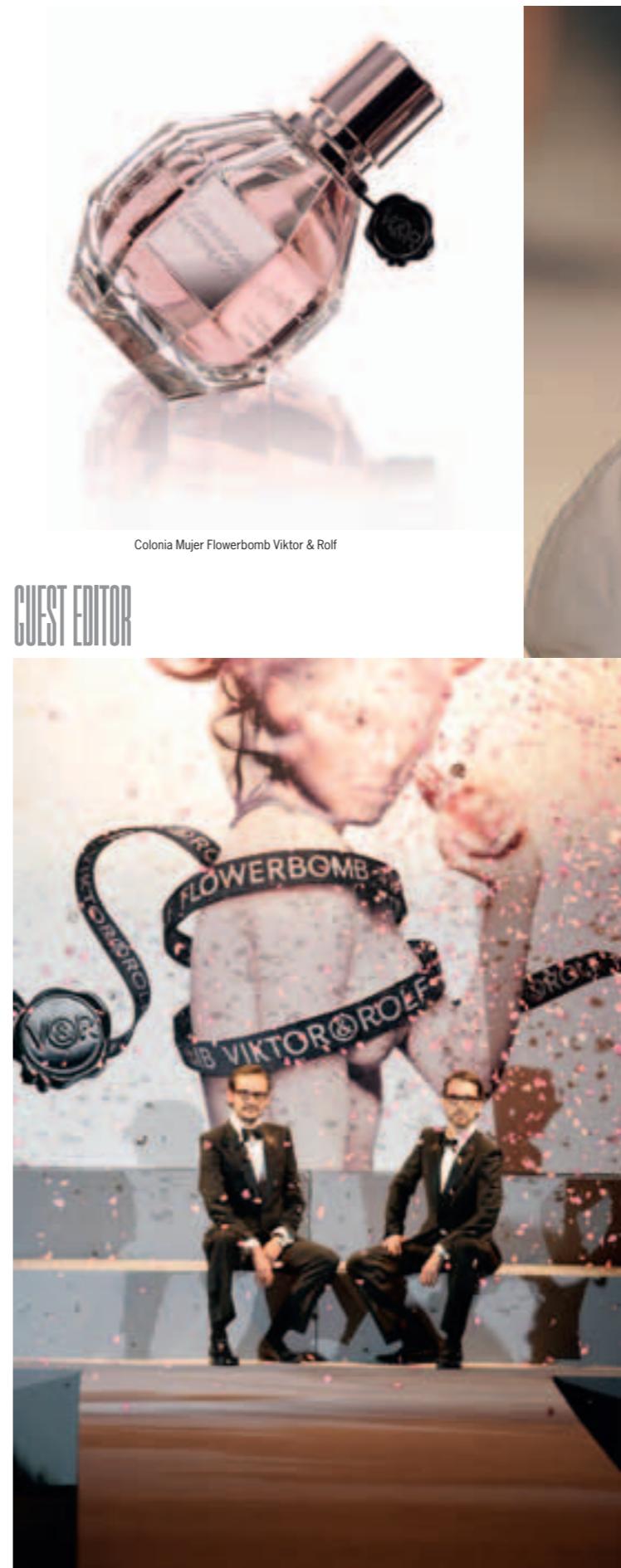
ARTE: “Nos encanta el arte, el clásico y el contemporáneo. Somos coleccionistas, pero compramos de una forma totalmente intuitiva. A menudo son piezas muy contemporáneas y, de alguna forma, surrealistas. De hecho, nuestro trabajo también suele describirse como surrealista. Será que nos gusta escapar de la realidad y entrar en un mundo en el que todo es posible. Realmente amamos la moda porque puedes disfrutar su belleza sin necesidad de tener que comprarla. En general, un artista no tiene porque hacer algo caro para comunicar una idea. Bruce Nauman dijo que, desde que era considerado un artista, todo lo que crease en su estudio era por tanto arte. Y Duchamp llegó más o menos al mismo punto cuando colocó su orinal en el museo. Un vestido expuesto en un museo no es que sea arte por tener simplemente una forma extrema y aparatosa. Nosotros, por ejemplo, trabajamos con la moda desde muchas perspectivas diferentes. Al comienzo nos distanciábamos mucho de la moda, reflexionábamos sobre ella. Más tarde, nos introdujimos en el sistema, y ahora, cada vez más, formamos parte de todo ello. Pero a pesar de todo, todavía nos mantenemos a cierta distancia y reflexionamos sobre el propio sistema y sobre nosotros dentro de él. Esta posición dual, dentro y fuera de la moda, es lo que nos hace únicos”. **CREENCIAS:** “Tratamos siempre de buscar un equilibrio entre la creatividad y lo comercial. Buscamos ese punto donde la creatividad funciona comercialmente. Eso no es nada sencillo porque un producto fácilmente puede ser demasiado simple, y por tanto aburrido o blando, o demasiado complejo, y por tanto excesivamente esotérico. Nosotros nos esforzamos en comunicar con nuestro trabajo”.

MARCAS: "Varias veces nos han hecho el ofrecimiento de trabajar para otras marcas, pero las hemos rechazado porque queremos centrarnos en la creación de nuestra propia marca. En la actualidad ya hay demasiada atención sobre las viejas marcas. Nosotros necesitamos nuevas marcas para el futuro". **GRAN CONSUMO:** "Hemos colaborado con compañías de gran distribución y nuestra experiencia ha sido bastante positiva. Las colaboraciones ofrecen la oportunidad de llegar a otra audiencia, más grande de lo habitual, o de trabajar con un producto o categoría de productos que requieren un conocimiento específico que de otra forma es impensable realizar. Son experiencias muy beneficiosas, también a posteriori". **LICENCIAS:** "Tiene sentido trabajar con licencias si te aportan algo que tú mismo no tienes: dinero, conocimiento. Nosotros actualmente tenemos licencias de gafas para el lejano oriente. También licencias para accesorios de seda, bufandas y corbatas". **EMPRESA:** "Nosotros antes solíamos ocuparnos personalmente de todos los aspectos de la empresa. Pero recientemente hemos contratado un Consejero Delegado, el cual administra la empresa. Esto ha cambiado nuestras vidas porque ahora podemos dedicar mucho más tiempo a los proyectos creativos. Actualmente tenemos un equipo de 20 personas trabajando exclusivamente en nuestro estudio de diseño. En todo el mundo hay mucha más gente trabajando para nuestra marca, ya sea en producción, distribución, ventas, desarrollo de productos, relaciones públicas, etcétera, etcétera, etcétera". **RENZO ROSSO:** "Antes éramos una compañía totalmente independiente, y ahora formamos parte del grupo OTB (grupo creado por Renzo Rosso, fundador también de Diesel). Ser parte de un grupo hace que nuestra compañía sea más fuerte porque ahora tenemos acceso al capital y al know-how. Pero la exigencia en todos los tratos que realizamos es mantener el control creativo. Y Renzo Rosso es un hombre de negocios único que entiende de creatividad".



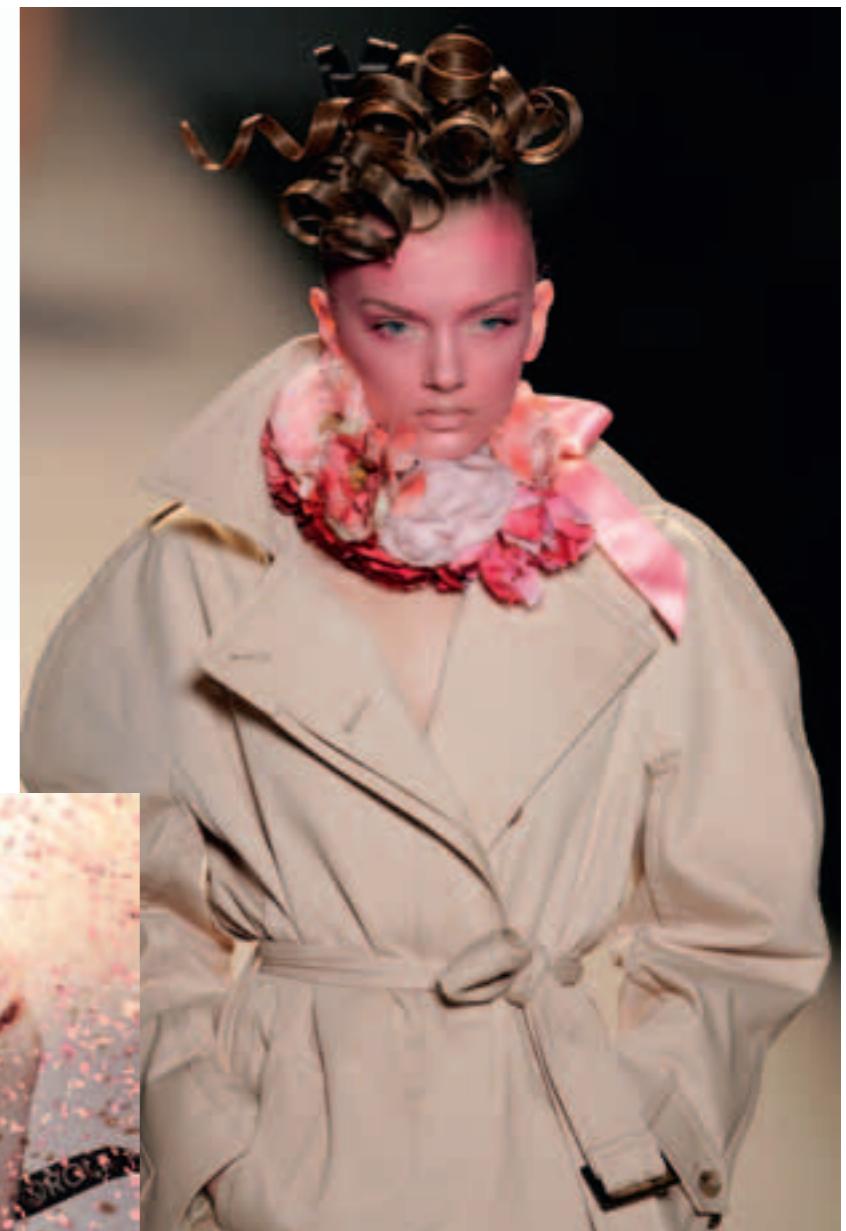
Viktor & Rolf: Colección Mujer Otoño Invierno 2007-8. Foto: Estrop / Francesc Tent

EDITOR 092



Colonia Mujer Flowerbomb Viktor & Rolf

GUEST EDITOR



Viktor & Rolf: Colección Mujer Primavera Verano 2005. Foto: Estrop / Francesc Tent

"THE FACT THAT OUR PERFUME FLOWERBOMB IS NOW THE N° 15 BEST-SELLING PERFUME IN THE USA IS AN EXAMPLE. WE ARE EXTREMELY PROUD OF IT". (V&R)

Viktor & Rolf Desfile Primavera Verano 2005 + Presentación Fragancia Flowerbomb. Foto: Estrop / Francesc Tent

GUEST EDITOR



Colonia Mujer Eau Mega Viktor & Rolf

"IT'S NOT SO DIFFICULT COMING UP WITH A HIP DRESS, BUT TO HAVE IT RECOGNIZABLY DIFFERENT AND ORIGINAL IS"(V&R)

"WE'RE BOTH BLACKBERRY ADDICTS. WE CANNOT IMAGINE ANYMORE HOW WE MANAGED WITHOUT IT"
[V&R]

EDITOR 094

Viktor & Rolf elige esta pieza como una de sus obras artísticas favoritas:
Traje V&R para la ópera Der Freischütz de Weber en versión de Robert Wilson para el Festival de Teatro de Baden-Baden (Alemania, 2009)



Viktor & Rolf: Colección Primavera-Verano 2010. Foto: Estrop / Francesc Tent.



ALEXANDER MCQUEEN: "Nunca le llegamos a conocer, pero cuando oímos que se había suicidado fue un gran shock. Fuimos conscientes de que nos sentíamos muy cerca de él, puede ser porque hubiera paralelismos significativos en nuestras carreras. Y que aunque nuestro trabajo fuera muy diferente estéticamente, compartíamos sobre la moda un similar y romántico enfoque. Lo que ocurrió fue una tragedia. En general, admiramos a los diseñadores que tienen su propio estilo distintivo. No es difícil hacer un vestido bonito, lo difícil es hacer que sea reconocible, diferente y original" **COMPRAS:** "La verdad es que no solemos ir de tiendas para comprar ropa. Nosotros siempre usamos nuestra propia línea de ropa. La única cosa que quizás podamos comprar es algún par de zapas irrationales o excéntricas". **GADGETS:** "Somos adictos a la Blackberry. Comenzamos a mandarnos emails uno al otro nada más levantarnos, y terminamos cuando vamos a dormir. Desde que tenemos una Blackberry estamos en contacto permanente y no podemos imaginarnos como nos las arreglábamos antes sin una". **PROYECTOS:** "Una gran exposición en Moscú para el próximo mes de noviembre. Y abrir dos nuevas tiendas en 2011: una en París y otra en Nueva York".

"WE ARE COLLECTORS, WE BUY TOTALLY INTUITIVE. OFTEN IS VERY CONTEMPORARY, AND SOMEHOW SURREAL IN ONE WAY OR ANOTHER. OUR OWN WORK IS OFTEN AS WELL DESCRIBED AS SURREAL. WE LOVE THE ESCAPE OF REALITY AND TO ENTER A WORLD IN WHICH EVERYTHING IS POSSIBLE".(V&R)

FOTOS: PHILIP RICHES d House Of Orange Photographers



Viktor & Rolf con uno de sus cuadros preferidos: Figural Composition de Rita Ackermann. Foto: Philip Riches



Viktor & Rolf con la obra de Graham Dolphin, 13 Madonna Songs, una de las piezas claves de su colección. Foto: Philip Riches

TEXTO: AURÉLIEN LE GENISSEL

Viktor & Rolf aman el arte y además son coleccionistas. En las imágenes de las páginas anteriores posan con obras que han adquirido de dos de sus artistas preferidos: **Graham Dolphin** y **Rita Ackerman**. Graham Dolphin puede considerarse como el heredero directo de los ready made de Marcel Duchamp y el pop art de Andy Warhol. Sus trabajos siempre incluyen esa dimensión conceptual en la que los materiales más banales de nuestro entorno adquieren un significado irónico al tiempo que muestran las incongruencias de nuestra época. El bidé de Duchamp y las latas Campbell de Warhol no hacían otra cosa. "El trabajo de Graham Dolphin es una historia, no se puede ver, solo es una idea. No tienes que hacer algo caro para comunicar un pensamiento", nos explican Viktor & Rolf al hablar de uno de sus artistas favoritos. Y así es exactamente como hay que tomarse el arte de Dolphin. Como una especie de parábola cuya absurdidad no es nada más que el reflejo de nuestras propias paradojas. En lugar de ser la publicidad o el consumo (como sus predecesores), el artista utiliza los iconos contemporáneos de la sociedad del espectáculo. El mejor ejemplo quizás sea el video 1,500 images of Kate Moss que, como su nombre indica, muestra en un minuto una infinidad de momentos de la polémica actriz. Desfiles, fotos robadas en top less, publicidades, momentos íntimos....Un bombardeo asfixiante que nos recuerda el peso y la tiranía de las imágenes en el mundo que nos rodea. Una manera para Dolphin de materializar de manera grotesca y extrema el limbo en el que viven las estrellas de hoy. Algo que también hace a través del uso sorprendente de los objetos más cotidianos, como un banco transformado en una especie de mausoleo adolescente a la memoria de Kurt Cobain o un vinilo inutilizable de los Beach Boys en el que ha grabado la letra de 11 canciones del grupo. Lo mismo pasa con su escultura de Jim Morrison o su destrucción de las antiguas cassetes de música. Una manera divertida, radical y eficaz de no dejarse engañar por la cultura de masas y aprovecharse de ella. Para que no sea al revés.



Graham Dolphin. 11 Beach Boys Songs, 2009



Graham Dolphin. Bench, 2010. Réplica de un banco de madera del Viretta Park, lugar donde se suicidó Kurt Cobain. Este banco ha sido objeto de cientos de mensajes grabados por fans.

EDITOR 098



GUEST EDITOR

Graham Dolphin. Jim Morrison 1986, (2010). Una reproducción del busto amateur hecho por un fan que fue encontrado en 1986 en la tumba de Morrison a Pere La Chaise.



ARTE

TEXTO: AURÉLIEN LE GENISSEL

Entre Balthus y el manga, el arte naïf y trash de Rita Ackermann ofrece una visión desacomplejada y cruda de las contradicciones en las que vive la sociedad actual. Sus famosas ninjas preadolescentes en poses provocativas y rodeadas de violencia remiten sin duda a un mundo en el que el erotismo y el caos se han convertido en algo habitual. No por ello dejan de sorprender al espectador y despertar su curiosidad. Por eso pensamos que lo mejor era preguntarle directamente a este ícono underground, esta "increíblemente talentosa pintora" que "busca sobreponer sus límites creativos e ir más allá de la belleza", como la presentan Viktor & Rolf. Y el asunto parecía ir sorprendentemente bien. Pero, al recibir sus respuestas, vimos que la cosa iba a ser complicada. Al preguntarle por su primera obra, una especie de diario personal lleno de croquis subidos de tono que la dio a conocer en 1994, nos responde un claro y escueto "no me acuerdo". Intentamos entonces teorizar sobre la presencia de las chicas sensuales en su obra. "No veo figuras, pinto". ¿Y la influencia de su infancia en Hungría sobre su estilo? "Jugaba al tenis cuando era niña". Vale. ¿Qué le parece la mezcla de erotismo y violencia en su trabajo y la evolución que ha tenido hacia obras más abstractas y espectaculares? "No veo nada de eso. No me interesa. Solo trabajo". Tendremos que conformarnos. Por suerte, al preguntarle por su último trabajo, titulado "marfa/crash", parece que se apiada de nosotros. "Estaba en el desierto de Texas la pasada primavera en una residencia de artistas. Estaba leyendo Open Sky de Paul Virilio y experimenté algo que él llama the parking accident y cambió mi manera de ver las cosas. Ya podía dejar ir una nueva especie de violencia y fragilidad en mis pinturas. Tuve un momento de claridad". Así es Ackermann: salvaje, libre y sin hacer concesiones. Por eso nos gusta. Y por eso nos encantó esta casi "no-intervista". Aunque tengamos que buscarnos la vida para hacernos una idea sobre sus obras.

EDITOR 100



"RITA ACKERMANN'S WORK IS FOR US IMPORTANT AS SHE SHOWS THE STRUGGLE OF AN ARTIST. SHE IS AN INCREDIBLE TALENTED PAINTER BUT IS DELIBERATELY PUSHING HERSELF TO GO BEYOND HER SKILLS AND TO GO BEYOND BEAUTY". [V&R]

GUEST EDITOR



Rita Ackermann. BQE/CRASH III. 2009. © Rita Ackermann. Foto: Tyler Campbell Wriston

FOOD

GUEST EDITOR

TEXTO: PEDRO PAN

Viktor & Rolf nos cuentan que su plato favorito son estos **Cakes**, que podéis ver en la imagen. Los prepara el chef de Le Meurice en París. Viktor & Rolf los probaron con motivo del lanzamiento de su fragancia Flowerbomb y desde entonces se declaran fans incondicionales. Al preguntarles por su restaurante preferido, nos hablan de **"De Librije"**, con tres estrellas Michelin, situado en Zwolle, (Holanda). Dicen que su cocina es incomparable, moderna y delicada, como un cuadro impresionista, y que además tienen un servicio espectacular e impecable, muy discreto y nada convencional. En cuestión de vinos se decantan por un buen vino blanco de Borgoña. Hay muchos, nos dicen que todavía están intentando encontrar el mejor, así que nosotros les proponemos un **Lamblin 2008**. Cuando salen a algún club les gusta beber caipirinhas, cerveza, champán o simplemente agua. Viktor & Rolf diseñaron hace unos años el envase de Rosé Sauvage de la marca francesa **Piper-Heidsieck**, edición limitada de 2007. Este era el champán preferido de María Antonieta y Marilyn Monroe.

EDITOR 103



Lamblin Bourgogne Blanc 2008
<lamblin.com>



Rosé Sauvage Piper-Heidsieck,
edición limitada 2007.
<piper-heidsieck.com>



Viktor & Rolf observando Cakes preparados por el star chef de Le Meurice (París) Foto: Philip Riches

"WE LOVE A GOOD WHITE BURGUNDY". (V&R)



Plato y Restaurante De Librije en Zwolle (Holanda) <librije.com>



DISEÑO

FOTOS: PHILIP RICHES d House Of Orange Photographers



EDITOR 104



Las dos escenografías preferidas de Viktor & Rolf: (arriba) Set design para el desfile de la colección Glamour Factory (Otoño Invierno 2010-11), (abajo) Set design del desfile de la colección Cuttin Edge Couture (Primavera Verano 2010). Ambos diseños de Studio Job. Fotos: Peter Stigter

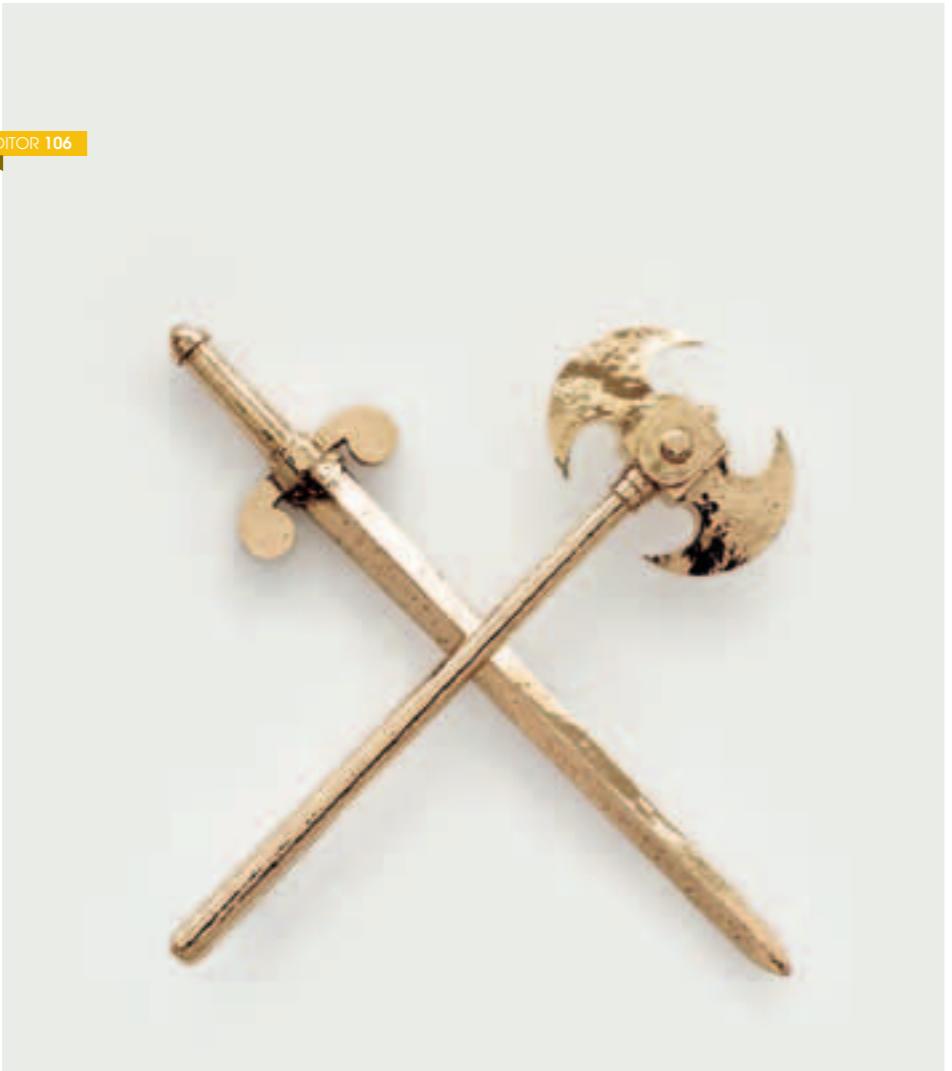
Viktor & Rolf posando ante una de las piezas más queridas de su colección de arte, Robber Baron Table de Studio Job. Foto: Philip Riches

DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA

Hace cinco años que reseñamos por primera vez el trabajo de **Studio Job**, una pareja con base en Amberes, donde tienen su estudio y ahora también desde hace pocos meses su propia galería, aparte de los dos talleres con los que cuentan en el sur de Holanda donde trabajan unas 15 personas. En aquella época no tenían nada claro cómo definirse, de hecho decían tener múltiples personalidades. Y es que lo que habían hecho hasta ese momento era muy dispar, quizás por embrionario. En los últimos tiempos, Job Smeets y Nynke Tynagel han ganado en madurez, sobre todo artística, alejándose definitivamente del mundo del diseño industrial en el que se dieron a conocer y también en el que se formaron, pues estudiaron en la afamada academia de Eindhoven: él diseño 3D y ella diseño gráfico. Tampoco es de extrañar, la mayoría de la gente que sale de esta institución son más artistas que diseñadores. Su fluida trayectoria de colaboración con Viktor & Rolf es algo que tampoco sorprende pues parecen compartir un mismo gusto por lo surrealista y por lo ornamentado de épocas pasadas. Su relación viene de largo ya que se conocieron a mediados de los noventa, cuando todos ellos estaban en París buscándose la vida. Desde entonces Studio Job les ha diseñado mobiliario para sus showrooms en Tokio, París, Nueva York y Milán, además de haber colaborado en el diseño de joyas y tejidos. Asimismo, Viktor & Rolf han comprado varias piezas a Studio Job, entre las que destaca su favorita: la mesa Robber Baron. "Nos encanta el aspecto surreal de la obra de Studio Job", cuentan. "Nos parece que tiene mucha fuerza y potencia. Verdaderamente lo suyo cruza la frontera entre diseño y arte". La colaboración entre ellos es siempre en ambas direcciones. Así, Studio Job está exponiendo en su galería de Amberes desde la primavera (y hasta el 16 de julio) la muestra "Dolls", una serie de

EDITOR 106



Piezas de la colección Alter Ego para el Castillo de Gaasbeek.



Piezas de la colección Industry para la galería Carpenters Workshop de Londres.

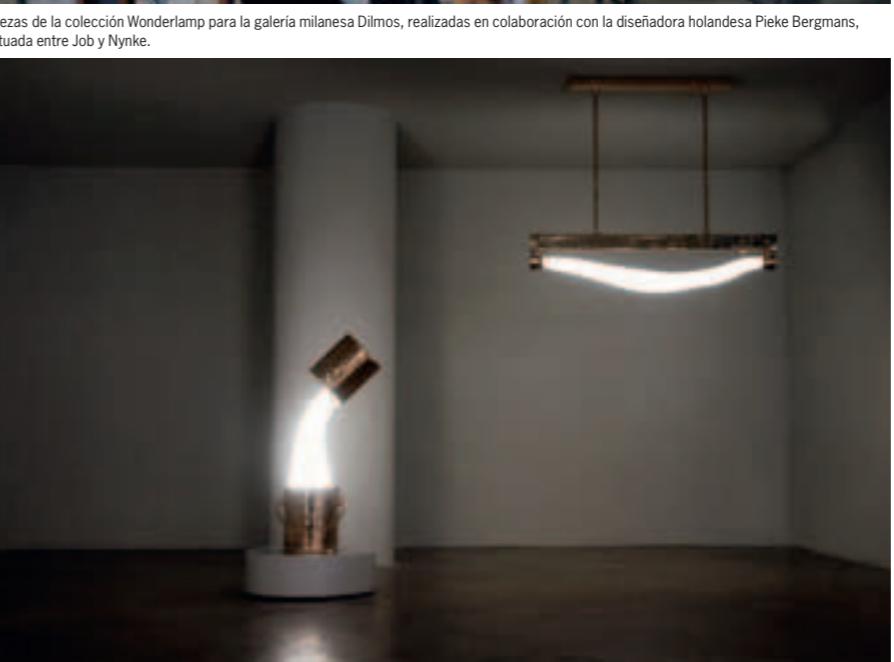


Lámparas de la colección Wonderlamp para la galería milanesa Dilmos.

GUEST EDITOR



EDITOR 109



DISEÑO

TEXTO: TACHY MORA

muñecas ataviadas con trajes diseñados por Viktor & Rolf. Recientemente Job y Nynke han participado también en la creación de la escenografía de algunos de sus desfiles, entre los que ha destacado en particular el del pasado marzo en París para la colección Glamour Factory. Studio Job forraron el escenario con un motivo que Nynke había creado para las piezas de marquería de su colección Industry. Para la ocasión, Nynke modificó los dibujos del patrón original de esta colección, que combina iconografía industrial y de la naturaleza, en iconos solamente industriales. Las piezas de Industry han permanecido expuestas hasta mayo en la galería Carpenters Workshop de Londres. Viktor & Rolf nos contaron además que, aparte del trabajo de Studio Job, admiraban el del estudio holandés OMA liderado por el arquitecto Rem Koolhaas, que curiosamente también realiza escenografías y otros espacios para Miu Miu y Prada. Volviendo a Studio Job, su obra reciente incluye las colecciones Alter Ego y Wonderlamp. La primera, que se ha podido ver hasta el pasado junio en el castillo belga de Gaasbeek –hoy museo nacional–, consistía en una serie de esculturas inspiradas en la cultura histórica del Norte de Europa. De esta colección, en la que había por ejemplo un armario con look del siglo 18 con un gigantesco agujero en el medio como si le hubieran pegado un cañonazo, es la mesa Robber Baron. Por su parte, Wonderlamp ha sido un trabajo de colaboración con la diseñadora holandesa Pieke Bergmans para la galería Dilmos de Milán, que fue presentado durante la pasada edición de la feria del mueble de la ciudad. Se trataba de una colección de lámparas que mezclaban bases objetuales de bronce, realizadas por Studio Job, con las ya conocidas pantallas de Bergmans que parecen enormes bombillas de cristal que se hubieran derretido por el calor.

<www.studiojob.nl>

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

Aunque afirman que les gusta trabajar en silencio, a Viktor & Rolf les encanta la música. Algo que demuestran constantemente en muchos de sus desfiles. A la hora de elegir a sus artistas favoritos se quedan con algunos de los músicos que han colaborado con ellos a lo largo de los años. **Rufus Wainwright** es, sin duda, uno de los cantantes preferidos de los diseñadores holandeses. En su primera colaboración con Viktor & Rolf, en el año 2006, Rufus creó una canción, "Ode to Antidote", para la campaña de la fragancia "Antidote" lanzada entonces por los diseñadores. Poco después el cantante norteamericano volvió a colaborar con Viktor & Rolf, esta vez actuando en directo durante la presentación en París de su colección Ballroom (Primavera / Verano 2007). A Rufus Wainwright hemos podido verle hace muy poco en España presentando su nuevo disco "All Nights Are Days: Songs For Lulu", un disco muy influenciado por la reciente muerte de su madre, la cantante de folk Kate McGarrigle. Un álbum muy personal donde Rufus solo canta y toca el piano.



Viktor & Rolf con Rufus Wainwright, el cual actuó en la presentación de la colección Ballroom y el lanzamiento de la fragancia Antidote (Primavera Verano 2007). Foto: Peter Stigter

EDITOR 111

**"WE WORK IN SILENCE.
WE FIND MUSIC KIND OF
DISTRACTING DURING THE
DAY". [V&R]**



Viktor & Rolf con Roisin Murphy, tras su actuación en la presentación de la colección Cutting Edge Couture (Primavera Verano 2010). Foto: Peter Stigter

Además de amiga, **Róisín Murphy**, es otra de las artistas favoritas de Viktor & Rolf. Y la admiración es mutua, de hecho Róisín aparece con una de las creaciones de los diseñadores en la portada de uno de los singles de su aclamado "Overpowered", su último álbum. El año pasado Róisín no dudó en interpretar algunos de sus nuevos temas en el desfile parisino donde Viktor & Rolf mostraron la colección Cutting Edge Couture (Primavera / Verano 2010). Para la ocasión, Róisín vistió un modelo de los holandeses que disimulaba su avanzado embarazo por aquel entonces. Ahora Róisín ya es madre, y se espera que publique su tercer disco en solitario este mismo año. De momento ha ido lanzando singles como "Orally Fixated", que podía descargarse a través de la web del periódico The Guardian, o la más reciente "Momma's Place", donde Róisín aparece todavía embarazada en la portada.

MÚSICA

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

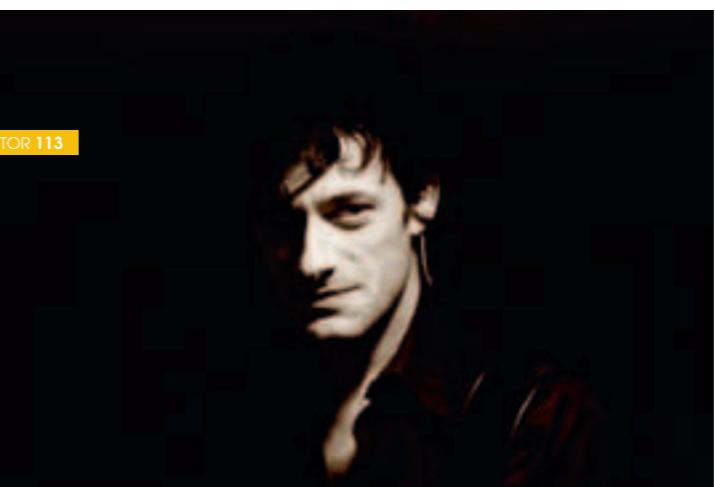
Tori Amos también es una de las artistas favoritas de Viktor & Rolf, y también ha colaborado con ellos actuando en directo en sus desfiles. Lo hizo en la presentación de la colección Bedtime Story (Otoño/ Invierno 2005-06). Para esta ocasión Tori Amos compuso una canción especial de 15 minutos que interpretó en directo con un gran piano. La canción estaba inspirada en las palabras bíblicas de la Canción de Salomón. Tori Amos empezó a tocar el piano a los dos años. A los cinco ya consiguió una beca para el conservatorio de Baltimore. Su padre, sacerdote, prohibía escuchar música rock en casa, pero cuando estaba sola Tori tocaba canciones de grupos como Rolling Stones con su piano. La artista americana ha publicado once discos hasta la fecha, el último, "Midwinter Graces", se publicó a finales del año pasado. Este verano Tori Amos dará algunos conciertos en Europa, pero de momento no hay ninguna fecha confirmada en España. Cuando les preguntamos a Viktor & Rolf si tenían alguna sugerencia musical que hacernos, nos dijeron que les gusta mucho **Ben Hamilton**: "He is a very talented guy with a rough manly voice". Ben es un artista inglés residente en Berlín que también actuó en uno de sus últimos desfiles. Hasta el momento tiene dos discos publicados y ha teloneado a gente como Richard Hawley o The New Pornographers.



Viktor & Rolf con Tori Amos, artista que actuó durante la presentación de la colección Bedtime Story (Otoño Invierno 2005-06). Foto: Uli Weber



Tori Amos durante su interpretación en el desfile de la colección Bedtime Story. Fotos: Estrop / Francesc Tent



Retrato Ben Hamilton

"WE LIKE ALL KINDS OF MUSIC FROM CLASSICAL TO RIHANNA" [V&R]